

「平成から令和へ：「続」企画」

札幌大学～新たな50年！令和新時代とともに

入試改革元年となる2021年度入試まで2年を切り、18歳人口の減少が再び加速度を増し、2031年には100万人を切ることが予測される中、多くの私立大学では入試改革・大学改革に取り組んでいます。大学の入試制度やカリキュラムの変更については、変更点が大きい場合には2年前広報が原則とされており、2019年度の大きな課題の一つでもあります。

札幌大学の大学改革に際して、2018年夏には情報を入手し、ビジュアル広告（全15段 多色）を含めて複数案を提案してきましたが、「平成」から「令和」に変わるタイミングに、札幌大学の

トップである荒川理事長自らの言葉で、「札幌大学の大学改革の意図」「札幌大学が目指す『令和』新時代の学び」について語ってもらう案が通り、2019年6月9日朝刊に全道版で掲載となりました。

大学のみならず、活気のある企業には広報・広告巧者が多いとされています。とある若手経営者の「会社の変革は社内だけでなく、取引先やその家族を含めた社会との約束と言え。それを口だけで伝えたのでは拡がりもなく、信用度も低い。インターネットでは軽んじられる。モノを売るのとは違う。企業が生き残ろうと『変革』を目指すとき、その決意を社会に示し、社会に受け入れてもらうには新聞広告は欠かせない」との言葉は、これからの時代に生き残りをかけた大学にもいえることかもしれません。

ベネッセの調査によると、高校生の進路に影響を与えた相談相手としては、保護者（父母）、高校の先生などの社会人がそれぞれ50%を超えています。大学の主なターゲットは高校生とされますが、進路決定に影響力を持つ「親世代」もまた重要なターゲットです。新聞の利用価値を高めつつ、各大学の社会・地域との約束を伝える役割を担っていければと思います。

(本社営業局 松山 力蔵)

Advertisement for Sapporo University featuring a portrait of the president, text about university reform, and an 'OPEN CAMPUS 2019' banner with dates 6.23, 8.4, and 9.28.

(2019年6月9日 朝刊 全道版 全15段)

POINT!

* 社会・地域へ向けて、大学改革の意図や決意を、北海道新聞で詳しく発信することが可能です。

◆お問い合わせ／北海道新聞社営業局 (TEL011-210-5713) または 各支社営業部へ (2019.7)

* ウェブサイトにバックナンバー掲載中！【道新 営業局】で検索！ (https://adv.hokkaido-np.co.jp/)